

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ЮЗАБИЛИТИ ТЕСТИРОВАНИЯ В ПРАКТИКЕ КРУПНОЙ РИТЕЙЛ КОМПАНИИ

Олег Калмахелидзе

Начальник отдела развития мультиканальных проектов

Департамента интернет продаж

Юзабилити исследование интерактивных киосков



Примеры ставившихся задач:

- Почему посетители магазина проявляют относительно низкий интерес к киоскам самообслуживания?
- Как привлечь внимание посетителей к киоску самообслуживания?
- Какие функции сделают киоск более полезным для пользователей?
- Что изменить в интерфейсе киоска, чтобы клиент захотел воспользоваться им снова?

Срок исследования: 2 месяца

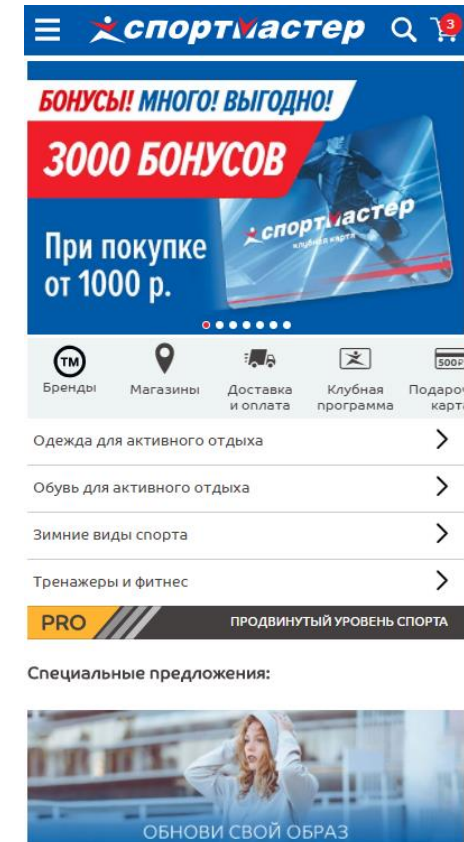
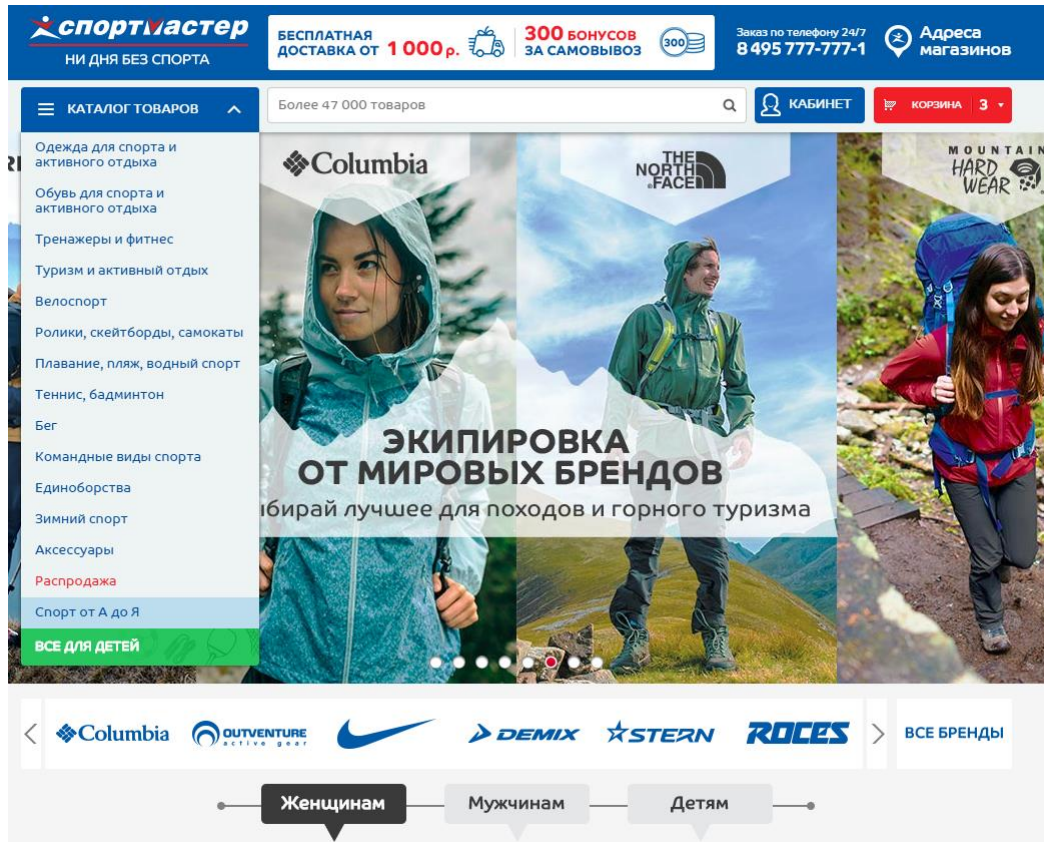
Процесс:

- 20 сессий модерируемых тестирований покупателей в 4х магазинах

Результаты:

- Проверено 17 гипотез
- Предложено 7 идей для реализации

Дистанционные юзабилити тестирования десктопного и мобильного сайтов



Сроки исследований: 1-2 недели

Процесс: по 20 сессий немодерируемых тестирований на каждую версию сайта

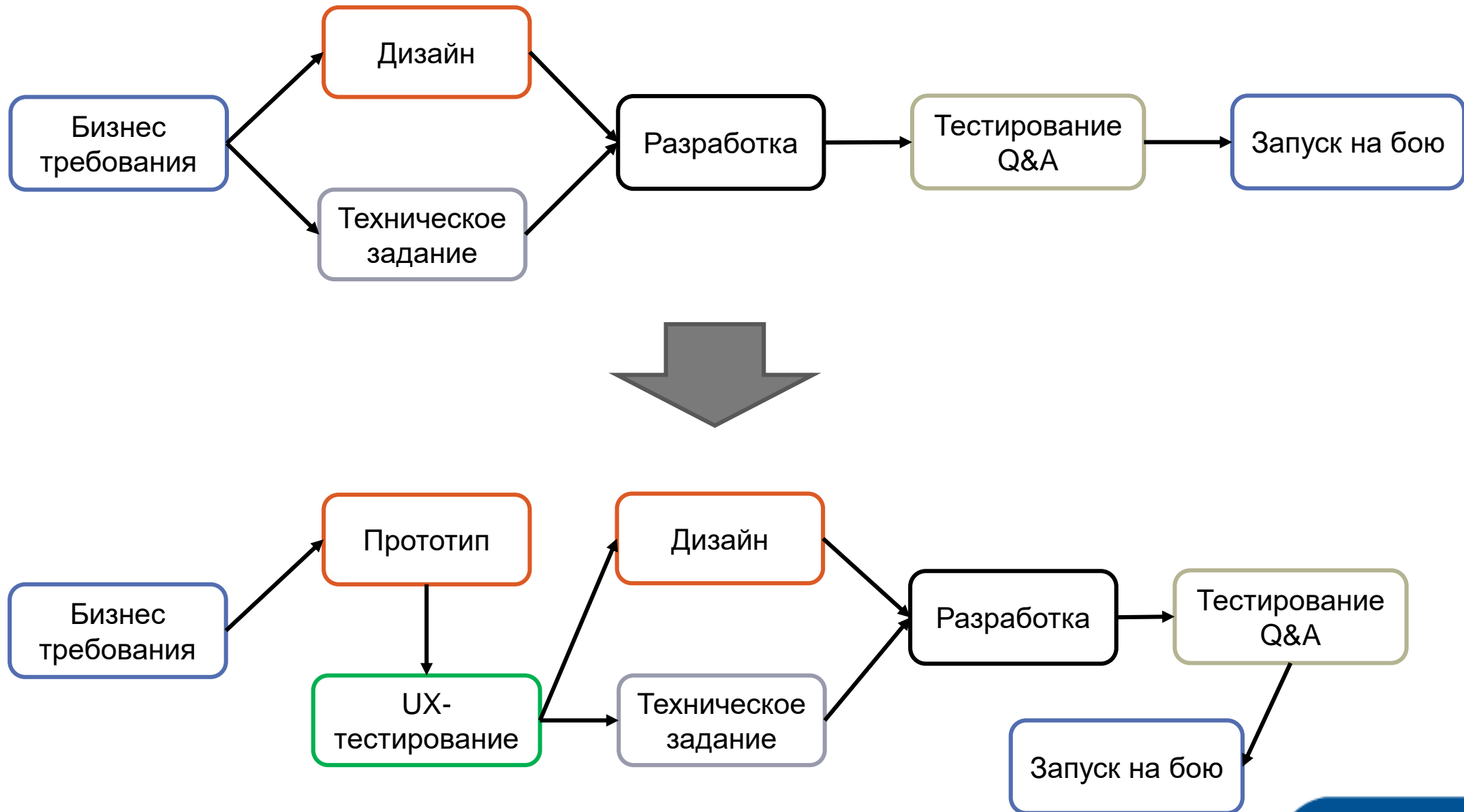
Результаты:

- Проверено 10 пользовательских сценариев
- Предложено 20 идей для реализации

Преимущества и недостатки каждого метода

Очные юзабилити-тестирования	Дистанционные юзабилити-тестирования
<ul style="list-style-type: none">- Есть интервьюер, от опыта которого сильно зависит качество исследования- В ходе тестирования возможны отклонения от изначального сценария, в зависимости от контекста ситуации- Обычно тестирование происходит в специальной лаборатории- Набор респондентов и проведение очного теста занимает время в несколько недель/месяцев <p>Решаемая задача: Поиск проблем/инсайтов при работе с сервисом, интерфейсом в реальных условиях, наблюдение за контекстом использования</p>	<ul style="list-style-type: none">- Отсутствие модератора- Формулировки и гипотезы формируются строго перед созданием теста на основе аналитики- Тестирование проходит в естественной для участников обстановке- Короткие сроки сбора данных <p>Решаемая задача: Поиск проблем/инсайтов в интерфейсе, выбор оптимального решения</p>

Встраивание юзабилити-тестирования в процессы разработки нового функционала



Взгляд из потребностей бизнеса

Необходимо встроить получение обратной связи в бизнес-процесс работы над продуктом, НО это может быть трудоёмко, долго и дорого.

Юзабилити-тестирование, как процесс:

1. Постоянное, планомерное улучшение и мониторинг пользовательских характеристик сайта или приложения.
2. Бизнес/интерфейсные решения, подкреплённые реальной статистикой и фидбеком пользователей.
3. Чёткое понимание возможных точек роста, связанных с улучшением интерфейсов и контента.

Стоит использовать разные инструменты исследования юзабилити на разных этапах жизненного цикла продукта!

СПАСИБО!



mssg.me/OlegYK